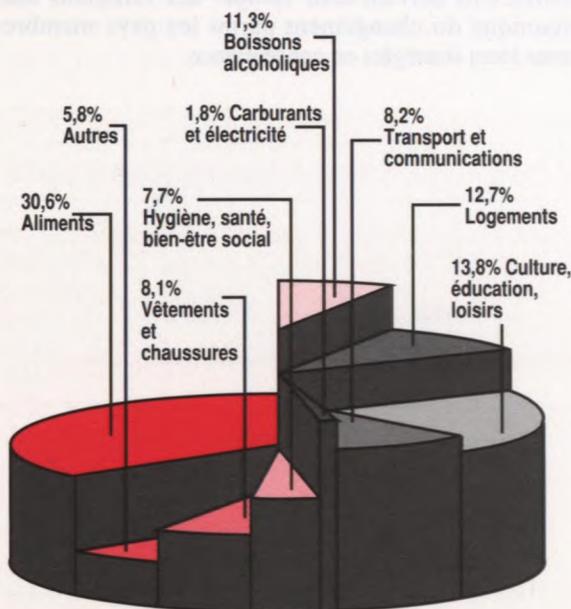


Les possibilités de marché: Les Polonais font preuve d'un appétit marqué pour les importations occidentales. La demande de biens de consommation dans l'économie polonaise va au-delà de la préoccupation traditionnelle des vêtements ou de la musique populaire. C'est ainsi que divers types de produits électroniques de consommation sont devenus fort populaires. La grande pénurie d'ordinateurs personnels, combinée à une main d'oeuvre jeune et hautement formée en a amené certains à acheter des ordinateurs à l'étranger et à les importer en Pologne pour leur

utilisation personnelle ou la revente. Le gouvernement polonais encourage de telles importations en exonérant de droits de douane de telles importations à des fins personnelles. On constate de la même façon une très forte demande pour les importations de postes de télévisions, de magnétoscopes et de magnétophones qui sont soumis à des droits de douane relativement faibles.

Figure 1.10
Ventilation des dépenses de consommation et coût de la vie



	% du revenu 1988	(1988) indice 1980 = 100
Aliments	30,6	918,6
Boissons alcooliques	11,3	1 200,0
Vêtements et chaussures	8,1	799,4
Logement	12,7	1 100,0
Carburants et électricité	1,8	1 100,0
Hygiène, santé, bien-être social	7,7	834,5
Culture, éducation, loisirs	13,8	969,4
Transport et communications	8,2	989,7
Autres	5,8	N.D.

Source : Pologne - données statistiques, 1989

En un sens, le marché polonais est une cible facile pour les exportateurs occidentaux. La dislocation économique et les pénuries chroniques ont généré une demande très vive pour les biens de consommation. On peut pratiquement vendre n'importe quel produit sur un tel marché. Il est inévitable que les importations en provenance des pays de l'Ouest augmenteront quand les crédits occidentaux deviendront disponibles et que ceux qui se seront implantés les premiers sur ce marché en retireront les fruits. Par contre, les Polonais n'ont pas les moyens de s'acheter beaucoup de produits importés en provenance de l'Occident; les réserves de devises fortes sont limitées et le gouvernement résistera à toute tentative de prendre la Pologne comme un dépotoir pour les produits de qualité inférieure. C'est ainsi que sa législation sur les coentreprises est surtout destinée à favoriser les exportations d'origine polonaise.

Les importations étrangères doivent contribuer à la capacité de production et d'exportation du pays, sinon elles ne feront que gruger les capitaux d'une économie qui a déjà cruellement besoin d'investissements. C'est pourquoi le gouvernement polonais préfère encourager les coentreprises étrangères qui amènent des capitaux, des compétences en gestion ou de la technologie au pays pour développer la production et soutenir les exportations.

Les marchés adjacents: La Pologne constitue une base pratique pour l'exportation dans la mesure où elle est située au centre géographique de l'Europe qui regroupe environ 700 millions de personnes. Dans le cadre de ses efforts pour venir en aide à la Pologne, la Communauté européenne (CE) lui a accordé un traitement tarifaire préférentiel (GSP). La CE offre en vérité à la Pologne de l'aider à réduire sa forte dette extérieure en lui facilitant l'accès à ses marchés. La Pologne entretient aussi de longue date des relations étroites avec des pays comme la Finlande, la Suède, le Danemark et l'Autriche. Il est inévitable que la Pologne développera des liens économiques plus étroits avec les pays industrialisés de l'Europe de l'Ouest. Quand cela se réalisera, ses coûts moins élevés en main d'oeuvre et ses ressources humaines lui permettront de tirer parti de ces liens. Les entreprises qui profiteront maintenant de ces avantages se retrouveront à l'avenir dans une position stratégique forte.

En même temps, la Pologne a aussi instauré des relations économiques avec tous les pays du COMECON. On s'entend à reconnaître que le COMECON n'a pas de réseau élaboré de relations au niveau des entreprises. Les gouvernements communistes ont essayé de rendre leurs pays indépendants de l'économie internationale et ils ont contrôlé leurs relations commerciales, même avec d'autres